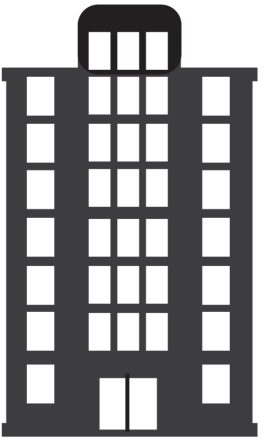
Iulian Ursache

CUM SĂ VINZI O CASĂ

- pe o piață imobiliară instabilă -



Ghid practic pentru agenți imobiliari și cumpărători

BRANDBUILDERS
marketing și advertising

Copyright ©2013, Iulian Ursache.
Toate drepturile rezervate.

Nici o parte din această publicație nu poate fi reprodusă, înmagazinată sau transmisă prin orice formă sau modalitate, inclusiv electronică, mecanică, fotocopiere, înregistrare, scanare sau oricare alta, fără permisiunea scrisă a editorului. Încălcarea acestor drepturi de autor constituie infracțiune și se urmărește, din oficiu, de organele abilitate de lege.

Copyright ©2013, Editura Brandbuilders.
Toate drepturile rezervate pentru prezenta ediție românească.

Redactor: Dorina Oprea

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
URSACHE, IULIAN
Cum să vinzi o casă - pe o piață imobiliară instabilă : ghid practic pentru agenți imobiliari și cumpărători /
Iulian Ursache. – București : Brandbuilders, 2013

ISBN 978-973-88156-8-1

351.778.56(498)

COMENZI PENTRU LIBRARI
ȘI DISTRIBUITORI DE CARTE

Tel. 0721 101 888 // 0721 101 884
004 021 323 19 85
office@editurabrandbuilders.ro
www.brandbuilders.ro

Cuprins

Prefață 5

Mulțumiri 7

De ce să devii consultant imobiliar? 9

Sfaturi pentru a reuși, de la agenți Realtor 13

I. Povestea mea 21

II. Principalele elemente ale activității de intermediere imobiliară 25

III. Modul de gândire al unui consultant imobiliar 69

IV. Modele de operațiuni de activitate imobiliară 75

V. Principii și metode de negociere 107

VI. Marketingul în universul imobiliar 153

Prefață

Motto:

„Nu da prietenilor sfaturi frumoase, ci sfaturi folositoare.“
Solon

Pe piața imobiliară din România a anului 2013, discrepanțele dintre prețurile solicitate pentru diferite proprietăți și numărul mare de agenți și consultanți imobiliari fac ca fiecare tranzacție imobiliară să pună la încercare încrederea cumpărătorului înainte de a achiziționa o casă, un teren sau un apartament. Cu siguranță criza financiară din România a temperat și a învățat mulți oameni să fie mai cumpătați și echilibrați cu investițiile personale, să muncească mai mult, iar când intenționează să cumpere sau să vândă un imobil, să fie foarte atenți în alegerea unui agent imobiliar profesionist care să îi reprezinte pe tot parcursul unei tranzacții imobiliare.

Participarea pe piața imobiliară ieșeană, fie în calitate de cumpărător, fie de vânzător, dar mai ales în calitate de consultant imobiliar, ne pune deseori în postura de a înțelege tendințele generale ale economiei, trendul imobiliar, forța de muncă calificată, nivelul șomajului, puterea de cumpărare sau mecanismele de finanțare, stocul ofertelor de apartamente disponibile pe piață și stocul clădirilor existente.

Cum analizăm piaţa imobiliară? Cum oferim servicii imobiliare cu valoare adăugată de care clienţii noştri au nevoie?

În acest ghid vom încerca să prezentăm domeniul imobiliar răspunzând la aceste întrebări şi la multe altele menite să ofere o abordare prietenoasă celor care sunt la început de drum şi doresc să facă mai mult decât o carieră în imobiliare, mai mult decât un pas în viaţă, şi anume un stil de viaţă imobiliar dedicat clientului nostru.

Mulțumiri

Există mulți oameni în viața mea cărora aș vrea să le mulțumesc. Tot ce știu am învățat de la cineva. Vreau să îi mulțumesc în primul rând lui Dumnezeu pentru că mi-a dăruit credință și putere să trec peste multe necazuri.

În al doilea rând, vreau să îi mulțumesc familiei mele, care m-a sprijinit în tot ceea ce mi-am propus, pentru răbdarea și dragostea lor necontenită. Prima persoană căreia îi sunt profund recunoscătoare este Mila Ursache, pentru iubirea și răbdarea ei nelimitată; de asemenea, aș vrea să îi mulțumesc mamei mele, Angela Ursache. Mama mi-a ridicat moralul și m-a ajutat întotdeauna să găsesc cea mai bună cale de urmat, prin credință și iubire față de Dumnezeu. Vreau să îi mulțumesc și răposatului meu tată, Cazimir Ursache, care a fost un adevărat model de bărbat pentru mine, o mare figură care m-a ajutat să lupt și să muncesc pentru ceea ce îmi doresc. Timpul și viața nu l-au menajat. Vreau să le mulțumesc și celor din echipa UIL CASA, pentru convingerile și implicarea lor în îmbunătățirea serviciilor imobiliare din Iași. Le sunt profund recunoscător colegilor de la UIL CASA, tuturor ieșenilor, clienților și partenerilor

care au avut încredere şi au apelat la serviciile noastre imobiliare.

Vă mulţumesc şi vă rămân veşnic recunoscător că ne-aţi dat posibilitatea de a oferi în continuare servicii imobiliare din suflet şi vă rugăm să apelaţi la noi oferte şi soluţii ca să putem fi performanţi pe termen lung.

„Imaginația este, în adevăratul sens al cuvântului, atelierul în care prind formă toate planurile oamenilor.“

Napoleon Hill

De ce să devii consultant imobiliar?

Sunt mai multe motive pentru care profesia de consultant imobiliar ar trebui să vă atragă atenția. Iată câteva dintre cele mai importante:

1. O carieră de elită și câștiguri nelimitate

Tranzacțiile imobiliare reprezintă o profesie aducătoare de câștiguri nelimitate. În imobiliare nu există un plafon al câștigurilor, poți câștiga atât de mulți bani pe cât de corespunzător ești pregătit să înțelegi produsele pe care le vinzi, piața în care activezi și oamenii care cumpără. Nimic nu se întâmplă până nu are loc o vânzare. Consultanții imobiliari sunt fără îndoială unii dintre cei mai importanți oameni din societate. În momentul când realizează o tranzacție, practic contribuie la creșterea economică a 24 de profesii liberale, printre care amintim doar instituțiile bancare, inginerii de cadastru și birourile notarilor publici. Fără agenți imobiliari profesioniști, majoritatea instituțiilor ar da faliment. Există o relație directă între succesul unui birou notarial public și o agenție imobiliară – cu cât numărul tranzacțiilor crește, cu atât sectorul economic se dezvoltă.

2. Un scop în viaţă şi o misiune de afaceri

Dacă vrei să ştii cât de înaltă va fi o clădire, te uiţi cât de adâncă este fundaţia. Cu cât fundaţia este mai adâncă, cu atât clădirea va fi mai înaltă. În mod asemănător, cu cât mai profundă este pregătirea şi atitudinea ta pozitivă, cu atât va fi mai grozavă viaţa pe care ţi-o vei construi. Vestea bună este că majoritatea agenţilor imobiliari, chiar şi cei fără bani, fără relaţii, fără cunoştinţe, fără o educaţie în domeniul imobiliar şi cu multe dezavantaje, reuşesc în scurt timp să-şi depăşească toate handicapurile, să-şi dezvolte potenţialul, să aibă o atitudine mai potrivită, mai multă încredere în ei, o imagine de sine mai atrăgătoare, cu alte cuvinte reuşesc să devină lideri în domeniul lor. Când misiunea spirituală a consultanţilor imobiliari de a ajuta cât mai mulţi oameni să îşi îndeplinească visul de a cumpăra o casă, de a achiziţiona o afacere bună sau o investiţie garantată este consolidată şi de misiunea financiară, puterea lor creează tranzacţii uriaşe. Atunci când oamenii au un sens în viaţă, performanţa lor îi plasează peste percepţia logică a gândirii.

3. Oportunitatea de a evolua ca om de afaceri

În imobiliare lucrurile funcţionează în cicluri de câte 7 ani. Nu trebuie să vă fie frică. Trebuie să aveţi însă dorinţa de a vă pregăti în permanenţă. Trebuie să fiţi pregătiţi pentru muncă. Trebuie să fiţi pregătiţi pentru sacrificii. Nimic din ceea ce are valoare nu se întâmplă gratis. Iar dacă veţi obţine ceva gratis, cu siguranţă acel ceva nu este de valoare. Fiţi pregătiţi să munciţi 20 de ore din 24, şapte zile din şapte şi cu siguranţă nu va trece mult timp până când oamenii

să înceapă să vă vadă diferit. Tu însuți te vei simți diferit. Vei începe să atragi oportunități în calea ta, oameni potriviți care să te ajute să obții ceea ce îți dorești, dar și să devii ceea ce meriți să devii. Dacă nu poți face aceste lucruri, rămâi la jobul pe care îl ai. Este necesar să fii pregătit să ai răbdare să treci prin momente dificile, dar și prin momente bune, dacă îți dorești să ajungi cât mai departe.

4. Libertate și independență

Secretul succesului meu a fost să învăț semnificația cuvântului „a vinde". Odată ce înveți să vinzi poți obține aproape orice îți dorești. Vânzările în imobiliare oferă libertate totală de exprimare și control total asupra banilor pe care îi câștigi. Odată ce ți-ai construit o bază de clienți solidă, este foarte ușor să obții mai multe vânzări, fiindcă oamenii tind să cumpere mereu de la tine când oferi un serviciu competitiv cu valoare adăugată.

5. Oportunități pentru investiții personale

În imobiliare câștigurile nelimitate sunt o modalitate foarte bună, cu investiții aproape zero, de a crea fluxuri de numerar cu care îți poți cumpăra proprietăți imobiliare pentru câștiguri de capital sau proprietăți imobiliare pentru cash flow.

„Cel mai bun trofeu pe care ți-l poate face viața este, de departe, șansa de a munci din greu la ceva ce merită."
Theodore Roosevelt

Sfaturi pentru a reuşi, de la agenţi Realtor

100% PERCENT
100.000 euro/an
PAT FERRI

1. Excelează în domeniu. Clientul reprezintă întotdeauna prima mea preocupare.

2. **Respectă un program strict.** Ajung la birou la 6:30 sau 7 dimineața pentru a-mi pune în ordine hârtiile. Începând cu ora 11, restul zilei mi-o dedic mie şi clienţilor mei.

3. Învaţă în fiecare zi. Educaţia mea continuă se desfăşoară după nişte reguli zilnice. Învăţ din greşeli şi încerc să nu fac aceeaşi greşeală de două ori.

4. **Nu strica relaţiile cu niciun client.** Să te asiguri că tratezi fiecare persoană în parte ca şi cum urmează să o întâlneşti din nou în condiţii optime peste 10 sau 20 de ani de-acum încolo.

5. Pregăteşte-te permanent. Cunosc fiecare proprietate în detaliu. Verific piața,

cunosc piața, mă plimb cu mașina de-a lungul străzilor. Sunt receptiv din toate punctele de vedere.

6. Fii persistent (tenace). Uneori trebuie să știi să accepți și „nu“ drept răspuns, dar asta nu înseamnă că trebuie să îl accepți imediat.

7. Crede. Am încercat REALTOR, chiar dacă timid la acel moment. Am știut că pot să ajung mai sus și REALTOR m-a ajutat să ridic ștacheta. Acest lucru te poate ajuta, de asemenea, să progresezi.

8. Construiește-ți propria bază de date. Nu este cel mai important pe cine cunoști; trebuie să ai abilitatea de a-ți face legături și de a-ți construi o clientelă solidă prin completarea unei baze de date care să-i cuprindă pe toți cei cu care ai lucrat sau ai intrat în contact.

9. **Câștigă referințe.** Tratează oamenii așa cum ai vrea tu să fii tratat. Fii respectuos și dă dovadă de etică. Eu îmi dirijez viața ținând permanent cont de aceste lucruri și 99% din afacerile pe care le închei își au izvorul în referințe.

PLATINUM
250.000 $/an
KEITH DICKERSON

NAPERVILLEJLL

1. Evaluează totul. De unde vin cumpărătorii și vânzătorii? Am observat că anunțurile publicate în

presa scrisă nu funcţionau deloc în cazul nostru. Ne-am îndreptat atenţia spre motoarele de căutare şi spre colaborările cu alte site-uri, precum Realtor.com şi ChicagoTribune.com.

2. Găseşte permanent moduri creative de promovare. Ne-am făcut o carte de vizită personalizată cu poza noastră în totalitate color pe faţă, şi cu proprietăţile nou introduse în baza de date sau proaspăt vândute, cu actualizările sau rapoartele pieţei şi cu evenimentele viitoare pe spate. Eram în mod constant în atenţia oamenilor. Am ajuns la un moment dat să primim trei sau patru telefoane pe săptămână doar ca să facem prezentarea listărilor.

3. Eliberează-te şi învaţă. Mergem la Convenţia Internaţională REALTOR, stăm de vorbă cu alţi agenţi şi îi ascultăm pe cei care vorbesc. Culegem multe sfaturi şi idei. Şi atunci când citesc despre oameni de succes în revista *REALTOR Times* ori în altă publicaţie, îi sun uneori pentru a vedea ce fac. Învăţ mult de la alţii.

4. Fii prezent pe internet. Trecând de la 100% la Platinum, am început să avem o prezenţă pe internet din ce în ce mai mare şi să reducem numărul anunţurilor publicate în presa scrisă.

5. Munca pe internet primează. Fă un efort constant să urmăreşti îndeaproape totul – chiar şi prin a spune ceva simplu precum: „Vă mulţumim pentru vizita pe

site-ul nostru“. Oamenii nu trebuie să se simtă obligaţi să vă vadă, dar măcar aţi făcut introducerea.

6. Concepe o echipă. Împreună cu soţia mea, Wendi, am adus în echipă un al treilea agent anul trecut, care s-a dovedit a fi excepţional. În trecut, în cel mai bun an se vânduseră 11 case. Ea a vândut 23 în 2007.

7. Fă din tine un brand. Creează un logo. Fii primul pe care clienţii îl sună. Cel mai mare compliment l-am primit de la o femeie din Florida, care memorase numărul nostru de telefon. Fă tot posibilul să capeţi notorietate şi fii consecvent.

CHAIRMAN
500.000 $/an
KAREN PADO

SAN DIEGO, CALIFORNIA

1. Exprimă-ţi ţelul. Când i-am anunţat pe cei din jur că voiam să înfiinţez Clubul Directorilor, acest lucru m-a făcut să muncesc mai mult. I-am spus brokerului/proprietarului şi managerului ce plănuiam să fac. Mi-am dublat venitul în 2006 şi am fost nevoit să îl dublez din nou anul trecut pentru a realiza clubul, dar am avut ceva răspundere, pentru că le-am spus tuturor ce aveam de gând să fac.

2. Administrează-ţi baza de date. Păstrez legătura cu sfera mea de influenţă, nu doar cu clienţii, ci şi cu alţi agenţi.

3. Mergi pe teren. În concediu, merg foarte mult pe teren. În cele din urmă îi fac pe oameni să înțeleagă că îmi pasă de ei și că le apreciez afacerea.

4. Pune întrebări dacă vrei să închei afaceri. Îi întreb pe foștii clienți cu ce agent imobiliar ar lucra dacă ar vinde vreodată. Vreau să mă asigur că, atunci când cineva le cere numele unui agent, mă menționează pe mine.

5. Transmite-le oamenilor încredere. Când oamenii întreabă dacă este un moment prielnic pentru a cumpăra, răspunsul nu este automat „da". Trebuie să pun întrebările potrivite pentru a afla dacă are vreun sens pentru ei. Acest lucru este apreciat.

6. Personalizează-ți materialele de marketing. Acum am un slogan: „Experiența aduce roade". Îl pun pe toate materialele mele de marketing și chiar cred că mă ajută. Îmi dau seama unde funcționează marketingul și pe asta mă concentrez. Nu exclud nimic. Sunt lucruri pentru care nici măcar nu trebuie să plătești. Poți să le transmiți celor de la ziare sau reviste de specialitate comunicate de presă despre realizările tale astfel încât să dobândești notorietate.

7. Răspunde imediat la solicitări. Am tot timpul cu mine telefonul mobil și îmi verific e-mailul toată ziua. Utilizatorii de internet vor un răspuns imediat. Încerc să obțin un număr de telefon sau să aranjez o întâlnire față în față. Procedez la fel și cu persoanele care mi-au fost recomandate.

8. Personalizează-ți prezentările. O mare parte încearcă să îți citească clienții, fac prezentarea pentru toată lumea, dar raportul s-ar putea să fie mai detaliat pentru cineva care este mai calculat decât pentru cineva care își urmează instinctul. Ascult nevoile clienților și le prezint beneficiile pe care le pot avea dacă își promovează casa prin mine.

9. Nu te limita la munca de birou. Este ușor să stai la birou, să vorbești la telefon și să utilizezi calculatorul. Săptămâna trecută, eram la spălătorie cu mașina și, în timp ce așteptam, am aranjat o întâlnire în vederea unei tranzacții. Cum? Am început o conversație.

DIAMANT
1 MILION $/an
DAR WALDEN (CRS)

ANCHORAGE, ALASKA

1. Găsește un mentor. Acesta este cel mai important lucru pe care l-am făcut. Am format echipă cu un agent experimentat, o femeie, de fapt, care voia să se retragă la un moment dat din activitate. Am încăput pe mâini bune, exact la timpul potrivit. Am fost ca un burete. Am luat parte la toate activitățile ei.

2. Cooperează. În timp ce parteneriatul nostru se dezvolta, mi-am făcut propria clientelă. Rolul meu a crescut și al ei s-a diminuat, în condițiile în care se

apropia de pensionare, anul trecut. Când ai o viziune amplă şi iei în considerare toate perspectivele, începi să vezi şi să gândeşti mai clar.

3. Du lucrurile până la capăt. În caz că nu o faci, vor apărea îndoielile şi relaţia cu clientul se va eroda. Cel mai important fundament pentru afacerea ta este reprezentat de serviciile de calitate oferite clienţilor. Trebuie să câştigi încrederea şi să o protejezi.

4. Fii deschis. Ori e albă, ori e neagră – nu umblu cu cioara vopsită. Le spun oamenilor ce voi face, ce nu voi face sau ce nu pot face. Atât timp cât toată lumea înţelege regulile de la bun început, este foarte bine. Când regulile se schimbă pe parcurs, se înrăutăţeşte şi situaţia.

5. Acceptă responsabilitatea. Dacă nu consider că pot obţine un preţ bun, îi spun vânzătorului imediat. În final, responsabilitatea cade pe umerii agentului. Faci totul pentru preţ? Desigur. Slujba mea este să obţin cel mai bun preţ, dar trebuie să fii practic şi să ajuţi clientul să înţeleagă piaţa locală.

6. Creează sisteme care funcţionează. M-am adaptat la sistemul mentorului meu, dar acum facem ajustări din nou. Eu şi cu soţul meu suntem pe cale de a schimba totul, trecând la nivelul de Producător de Top. Este obiectivul nostru principal. Mereu căutăm noi modalităţi de a opera mai eficient şi mai efectiv.

7. Încetul cu încetul. Mi-ar plăcea să angajez mai mult personal auxiliar pentru a-mi rămâne mai mult timp, dar nu sunt dispusă să aduc pe cineva în colectiv până când nu suntem ceva mai organizaţi noi înşine. Prea mult, prea repede nu este un lucru bun, deoarece trebuie să ne ocupăm în continuare şi de afacerile obişnuite.

8. Nu renunţa la lucrurile fundamentale. Indiferent de piaţă, există câteva aspecte fundamentale după care ar trebui să îţi conduci afacerea. Etica, moralul, cinstea şi consecvenţa fac lucrurile să meargă. Acestea sunt adevăratele unelte pe care trebuie să le foloseşti în favoarea clientului.

9. Trăieşte o viaţă echilibrată. Dacă pot evita să lucrez în weekend, voi lucra de dimineaţă până seara în timpul săptămânii. Nu este sănătos să lucrezi şapte zile pe săptămână şi să nu ai o pauză. Îmi place să am o viaţă socială.

10. Nu te grăbi. Organizează-te! Mergi la cursuri pentru a fi cât mai bine pregătit. Cei puternici vor supravieţui.

11. Nu renunţa. Târăşte-te, dar mergi înainte. Piaţa se va schimba. Dacă eşti hotărât, îţi vei îndeplini obiectivele.

„Orice poate concepe și crede un om în mintea lui, este realizabil.“
Napoleon Hill

I

Povestea mea

Numele meu este Iulian Ursache, de profesie agent pe piața imobiliară ieșeană. Până în 2007 m-am ocupat de vânzări în diferite instituții, de la vânzarea prin telefon de abonamente telefonice la vânzarea unor produse financiar-bancare. Am avut momente de succes atât în companie, cât și pe plan local, câștigând diverse premii și chiar titlul de cel mai bun consilier financiar din Iași, dar banii se lăsau destul de greu câștigați. Voiam mai mult, simțeam că pot mai mult. Așa am început, la recomandarea unui amic, în februarie 2007, să lucrez în una dintre cele mai bune agenții imobiliare din Iași și să vindem terenuri rezidențiale. Persoana care m-a angajat știa să vândă, dar nu mi-a spus niciodată că vânzările sunt un „joc al cifrelor“. Mi-a spus doar că trebuie să îmi cunosc destul de bine produsul și să îl prezint unui număr destul de mare de clienți, fiindcă în cele din urmă unul va cumpăra. Și așa a și fost! Am început să alerg dintr-un loc în altul, de pe un deal pe altul, pentru a-mi prezenta zilnic clienților loturile rezidențiale. După un timp de alergat dintr-o parte în alta, făcusem

vânzări cât să îmi plătesc chiria şi să îmi iau o maşină second hand.

Dezvoltarea personală şi profesională face diferenţa.

Nu am beneficiat de o educaţie aleasă, nu am făcut niciun MBA, dar am aflat de existenţa unor cărţi de vânzări şi de dezvoltare personală. Am început să citesc tot ce puteam găsi despre vânzări şi dezvoltare personală, mă trezeam la 6 şi primele două ore le petreceam citind şi scriind toate notiţele posibile. Îmi amintesc de cartea unuia dintre cei mai mari titani ai dezvoltării personale, şi anume Napoleon Hill, „De la idee la bani", pe care am citit-o de trei ori şi am rescris-o o dată. Ulterior am aflat despre existenţa unor cursuri şi la puţin timp după ce am intrat în domeniul imobiliar am început primul curs de NLP ţinut vreodată la Iaşi, primul curs de agent imobiliar ţinut de Şcoala Română de Afaceri şi primele cursuri înregistrate pe CD-uri audio. Aceste CD-uri mi-au schimbat viaţa. Am început să ascult ore în şir, acasă, la serviciu, în maşină, până ce am reuşit să mi le întipăresc în memorie şi să gândesc ca autorii lor. Am început să particip la toate cursurile şi seminariile despre vânzări şi dezvoltare personală de care aflam, chiar dacă costau mult şi erau ţinute la Bucureşti, atât timp cât îmi permiteam să o fac. Vânzările mele au început să crească până în 2010, când am deschis UIL CASA Imobiliare, societate comercială de investiţii

și dezvoltare personală. Am început să recrutez oameni și le-am descris viziunea mea despre piața imobiliară și despre îmbunătățirea serviciilor din domeniu. Astăzi, după aproape 7 ani de activitate imobiliară, am înțeles că succesul pentru mine nu a fost un accident, ci mai degrabă manifestarea profesiei de agent imobiliar.

Ce e mai bun de-abia acum urmează.

„Pentru ca o persoană să aibă succes în afaceri, ea trebuie să aibă imaginație. Este necesar să vadă lucrurile ca parte a unei viziuni, să aibă un vis cuprinzător.“

Charles Schwab

II

Principalele elemente ale activității de intermediere imobiliară

Iată pe scurt **în ce constă activitatea de intermediere imobiliară** așa cum ar trebui să fie ea desfășurată de către un agent imobiliar profesionist:

a) Agenția imobiliară are o bază de date constituită în urma reclamei și a politicii de marketing, pe care o menține și pe care o actualizează permanent. În baza de date se colectează activ:

- oferte și cereri de: apartamente, spații comerciale, terenuri la vânzare (sau închiriere), cu toate caracteristicile lor;
- clienții (ce dispun de suma necesară), cu cerințele fiecăruia în parte.

b) Agenția imobiliară analizează fiecare ofertă și cerere în parte pe măsura intrării în baza de date și cuplează fiecare

cumpărător, valabil din punct de vedere al bugetului investițional, cu produsul imobiliar la prețul negociat de agent până la nivelul vandabil.

c) Prezintă cumpărătorului 1-3 apartamente ce corespund pretențiilor sale.

d) Încheie cu respectivul cumpărător un contract de prestări servicii pentru intermedierea vânzării-cumpărării unui imobil.

e) Cumpărătorul vizionează bunul imobiliar împreună cu toți cei care decid cumpărarea, întâlnindu-se acolo cu toți proprietarii imobilului.

f) Cumpărătorul acceptă apartamentul în condițiile discutate anterior cu agentul imobiliar.

g) Agenția imobiliară încheie contractul de prestări servicii cu vânzătorul.

h) Cele trei părți încheie antecontractul de vânzare-cumpărare a unui bun imobiliar.

i) Vânzătorul primeşte avansul cumpărătorului, plăteşte comisionul firmei şi predă actele originale ale apartamentului împreună cu actele sale de identitate, precum şi dosarul cadastral al bunului imobiliar.

j) Cumpărătorul plăteşte comision firmei, predă actele sale de identitate şi remite firmei suma necesară întocmirii actelor notariale.

k) Se stabileşte data prezentării la notar, când cumpărătorul plăteşte diferenţa restantă şi părţile implicate semnează actele de vânzare-cumpărare.

l) În această perioadă agentul împreună cu firma obţin certificatele necesare şi plătesc taxele aferente vânzării-cumpărării.

1. Baza de date

Este constituită în urma unui marketing proactiv şi constă în două registre, unul pentru oferte şi altul pentru cereri. Pentru oferte se poate utiliza un calculator, în care se instalează un program specializat sau se poate crea de către agenţie un program simplu, dar eficient, în Excel. Înscrierea în registre se face în urma solicitării telefonice sau la prezentare pe Principiul colectării active.

2. Caietul de oferte

Este un registru sau un caiet studenţesc în care rubricile sunt scrise sub formă de tabel, pe ambele pagini. Capătul de tabel conţine elementele pe care trebuie să le noteze cel ce preia comanda:

- nr. curent zonă;
- nr. camere;
- confort;
- etaj;

- preț;
- proprietar;
- telefon;
- adresa exactă;
- observații.

Ordinea în care sunt scrise este o ordine firească, astfel încât aceste informații să poată fi ușor accesate, pentru a găsi rapid o informație și a fi, eventual, introdusă în calculator pentru obținerea de listinguri. Din motive psihologice, ținând de Principiul negocierii permanente, nu aceasta este ordinea în care vânzătorul este chestionat de primitor. Principiul economic face ca numărul de rubrici să fie suficiente pentru etapa de Colectare activă.

3. Caietul de cereri

Este un registru, de tip caiet studențesc, cu rubrici pe o singură pagină, datorită numărului mic. Conține, în această ordine:

- numele clientului;
- data;
- numărul de camere;
- zonele;
- confort;
- buget;

- observaţii;
- suma.

Modul de preluare ține de natura anunțului (general sau particular) şi se bazează pe Principiul colectării active.

Pentru caietul de cereri închirieri, rubricile sunt:

- nr. crt.;
- zonele;
- mobilat sau nemobilat;
- telefon;
- cât de mult se grăbeşte;
- nume;
- scop închiriere;
- preț;
- avans;
- observaţii.

4. Calculatorul

Are mai ales funcția practică de a înscrie apartamentele din registru, în ordinea intrării, apoi să le selecteze, să le ordoneze după criteriile dorite în acel moment: în ordinea prețurilor, a zonelor, a confortului, a numărului de camere etc.

5. Vandabilitatea

Este un raport calitate/preț, ce indică viteza de vânzare a unui apartament, pragul de oportunitate, formula în care numărătorul (calitatea) este constantă – deci nu se poate schimba, iar numitorul (prețul) este invers proporțional.

6. Marketingul

Conține totalitatea instrumentelor de colectare a informațiilor și de promovare a intereselor firmei și asociaților.

7. Anunțurile în ziare

Anunțurile permanente ale agenției sunt date în pagina de mică publicitate a cotidienelor centrale, locale sau în revistele de publicitate, după analiza economică a acestora. Ele sunt anunțuri generale sau specializate și țin seama de politica de marketing din acel moment a firmei și de Principiul economic.

8. Colectarea activă

Este primul contact cu vânzătorul și cumpărătorul, prin care se înregistrează datele ofertei sau ale cererii în registre, completând toate rubricile. Colectarea se face activ, primitorul folosind checklist-ul corespunzător, care permite diferențierea clienților potențiali de cei nepotențiali, impune discret condi-